

Plataformas audiovisuales a la carta

Iniciativas y potencial educativo

Marta Portales

La sociedad de la información española está marcada por el uso del smartphone. Así lo demuestra el reciente IV Estudio sobre Mobile Marketing (IAB Spain y The Cocktail Analysis). El siguiente informe propone una aproximación al estado actual de los contenidos a la carta provistos por empresas privadas. Para ello, se ha llevado a cabo una selección de plataformas con contenidos disponibles en dispositivos convergentes, no sólo para su empleo en *smartphones* y *tablets*, sino también en televisión y PC con conexión a Internet.

GABINETE DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

DIRECCIÓN JOSÉ MANUEL PÉREZ TORNERO

COORDINACIÓN SANTIAGO TEJEDOR

ORGANIZACIÓN GLÒRIA BAENA

INVESTIGACIÓN

Almudena Esteban

Alodia Quesada

Cristina Pujol

Danuta-Assia Ottman

Eloisa Hormigo

Fabio Tropea

Gabriel Jaraba

José Manuel Pérez Tornero

José María Perceval

José Martínez Abadía

Juan Francisco Martínez

Judit Calle

Laura Cervi

Lidia Peralta

Ling Tan

Bing Zhang

Mar de Fontcuberta

Marta Portales

Mireia Pi

Mireia Sanz

Monica Caprino

Núria Fernández

Núria Simelio

Pere-Oriol Costa

Rosario Lacalle

Santiago Giraldo

Tomás Peire

Despacho 49

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Edificio I

08193 Bellaterra

Campus UAB, Cerdanyola del Vallès

tel +34 93 581 16 89

tel +34 93 581 30 62

fax +34 93 581 20 05

cg.comunicacion.educacion@uab.cat

REDACCIÓN JOSÉ MANUEL PÉREZ TORNERO, SANTIAGO TEJEDOR, GLÒRIA BAENA,
MARTA PORTALES, GEISEL GARCÍA, LING TAN, BING ZHANG Y JUDIT CALLE

EDICIÓN GEISEL GARCÍA

EDICIÓN GRÁFICA JUDIT CALLE

AUTORA MARTA PORTALES

Plataformas audiovisuales a la carta

Iniciativas y potencial educativo

La sociedad de la información española está marcada por el uso del smartphone. Así lo demuestra el reciente **IV Estudio sobre Mobile Marketing (IAB Spain y The Cocktail Analysis)**. Una **Infografía** publicada por Telefónica incluye los datos recogidos en “The Mobile Workforce Adoption Trends” 2013 (Forrester Research), y cuya muestra indica que el 59% de la población española actual dispone de smartphones, y puntualiza que un 74% de jóvenes menores de 25 años posee dichos dispositivos. Esto convierte a España en uno de los países europeos con mayor tasa de penetración de esta tecnología móvil. Cabría estudiar cuál es el uso que se le da en las escuelas secundarias y ámbitos universitarios a estas herramientas.

Proponemos una selección de plataformas con contenidos disponibles en dispositivos convergentes, no sólo smartphones y tablets, sino también en televisión y PC con conexión a Internet.

En un informe anterior destacamos las **iniciativas educativas online de las televisiones públicas**; ahora nos adentramos en el estado actual de los contenidos a la carta provistos por empresas privadas. Dejamos en el tintero el desarrollo de aplicaciones educativas para una aproximación futura.



Aquí proponemos una selección de plataformas con contenidos disponibles en dispositivos convergentes, no sólo para su empleo en *smartphones* y *tablets*, sino también en televisión y PC con conexión a Internet.

Destaca entre estas iniciativas **Itunes U**, que funciona como una plataforma audiovisual con contenidos desarrollados por universidades en todo el mundo. Las clases magistrales o congresos se ofrecen en *podcasts* y vídeos que se sincronizan semanalmente de forma

automática en nuestros dispositivos móviles. De esta manera, la hora diaria en transporte público puede transformarse en un viaje académico; el maestro universitario se traslada al propio vagón del metro, se propicia el **M-learning**. De esta forma, es posible cumplir, gracias a la tecnología, la utopía de Bertolt Brecht por la cual la radio debía ser una herramienta al servicio de la educación y el crecimiento cultural ciudadano.

Las universidades ofrecen los contenidos de forma gratuita. Entre las universidades internacionales que participan cabe destacar Oxford, Cambridge, Stanford y Harvard. En el ámbito nacional participan la Universidad de Alcalá, Alicante, Extremadura, Huelva, Carlos III de Madrid, Las Palmas, Navarra, Salamanca, Sevilla y Valladolid, entre otras.

En cuanto a las plataformas audiovisuales integradas en ordenador, móvil o televisiones con conexión a Internet destacan las estadounidenses **Hulu** y **Netflix**. Hulu es un banco de contenidos audiovisuales con las últimas proyecciones de las televisiones privadas; permite la visualización de los productos de forma gratuita, pero con interrupciones de publicidad y sólo durante una semana después del estreno.

Netflix, en cambio, es como un videoclub del nuevo siglo; establece su método comercial bajo el “pay per view”. Ambos ofrecen secciones con contenidos educativos de pago. La iniciativa española Filmin funciona, al igual que Netflix, como banco de películas y se distingue por contener una colección dedicada a una temática sobre “Colegios y Universidades”, si bien no de temática estrictamente educativa. El portal desarrolló unas guías pedagógicas en 2010, pero estas no tuvieron continuidad.

Iniciativas como Itunes U, Hulu, Netflix y Filmin son algunas de las más destacadas en cuanto a plataformas para dispositivos convergentes

Quizás esta iniciativa debería ser fomentada desde entidades públicas, como en Alemania, que se fomenta desde la Bundeszentrale für politische Bildung (“Agencia Federal para la Educación de la ciudadanía”; un organismo público sin equivalente en España). Esta institución desarrolla materiales educativos, Filmhefte, en torno a películas europeas que tratan temas históricos y realidades sociales a través de la ficción; ayudan a jóvenes a entender el pasado y su herencia histórico-cultural. Próximamente el estudio FilmEd hará un diagnóstico de la alfabetización cinematográfica (film literacy) en los países de la UE.



¿Por qué no apuesta la industria audiovisual del pay per view por la educación? Quizás una plataforma como Filmin podría convertirse en una herramienta para escuelas y universidades; esto no sólo facilitaría el visionado de películas, si no que podría aportar material educativo a golpe de clicks. ¿Por qué no se unen esfuerzos entre países para la organización de un banco fílmico europeo,

que permita la difusión de la herencia cultural fílmica? Es ahora el momento, porque todavía queda un gran salto en la tecnología móvil: la democratización de Internet.

¿No es este según la ONU un derecho humano? Podría llegar el momento en el que todos los dispositivos móviles a nuestro alcance tuvieran conexión a Internet sin límite y con una velocidad de bajada superior a la actual. Pasaríamos de escuchar podcasts de la universidad, a ver la clase en nuestro móvil. Dejaremos de consumir cine y televisión sólo en casa, e incorporar otros espacios como el tren o el coche.

La tecnología ha de ser enriquecer el campo de la experiencia, como dice Vicente Pérez (2011) «acicate para la ciudadanía de los alumnos, los futuros constructores de la realidad social y humana. Al fin y al cabo, la tecnología ha de ser vista como lo que es, un medio, un instrumento para usos y fines muy diferentes, que van desde el solipsismo o la endogamia digital hasta un civismo-en-red, profundamente democrático».

LECTURA RECOMENDADA

Castells, M., Fernández Ardevol, M., Linchuan Qiu, J. y Sey, A. (2007). Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global. Barcelona: Ariel, Fundación Telefónica

Vera, M. D. M. S. (2012). Diseño de recursos digitales para entornos de e-learning en la enseñanza universitaria. RIED: revista iberoamericana de educación a distancia, 15(2), 53-74.

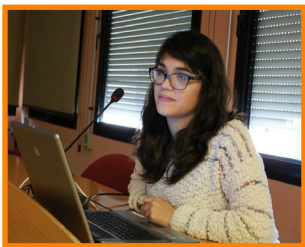
Peters, K. (2009). m-Learning: Positioning educators for a mobile, connected future. Mobile Learning, 113.

Pérez, V. G. (2011). Educación para la ciudadanía democrática en la cultura digital. Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación, (36), 131-138.

Guerra, V. S., & González, C. S. G. (2013). Usos educativos de la narrativa digital: una experiencia de m-learning para la educación emocional. Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, 14(2), 490-507.

Quinn, C. N. (2011). Designing mLearning: tapping into the mobile revolution for organizational performance. Wiley.com.

Acerca de...



Marta Portales

Estudiante del Máster Oficial de Investigación en Comunicación y Periodismo y miembro del equipo de investigación del Gabinete de Comunicación y Educación.